



Raport statystyczny

SCENA POLITYCZNA

czerwiec 2014

Spis treści

Wstęp	3
Komentarz	4
Rozdział I - Podsumowanie	6
Rozdział II - Partie polityczne	9
Rozdział III - Liderzy partii politycznych	12

Wstęp

Na podstawie informacji medialnych zebranych w czerwcu 2014 roku, a traktujących na temat partii politycznych i liderów ugrupowań, opracowano raport podsumowujący i systematyzujący pozyskane informacje. Artykuły poddane analizie pochodzą z monitoringu ponad 1100 tytułów prasy ogólnopolskiej, regionalnej, branżowej i specjalistycznej.

Analiza medialna objęła sześć partii politycznych: PO, PiS, SLD, PSL, Twój Ruch i Solidarną Polskę, a także ich liderów: Donalda Tuska, Jarosława Kaczyńskiego, Leszka Millera oraz Janusza Piechocińskiego, Janusza Palikota i Zbigniewa Ziobro. Badanie wydziwku artykułów prasowych w dziennikach ogólnopolskich dotyczy następujących tytułów: Dziennik Gazeta Prawna, Fakt, Gazeta Wyborcza, Metro, Nasz Dziennik, Polska the Times, Rzeczpospolita, Super Express oraz Gazeta Polska Codziennie. Ponadto analizie poddano aktywność medialną prezydentów 18 miast wojewódzkich (na podstawie 1100 tytułów).

Raport składa się z trzech podstawowych części:

▣ Rozdział I - Podsumowanie

Podsumowanie informacji na temat sześciu największych ugrupowań politycznych oraz ich liderów, a także prezydentów miast wojewódzkich.

▣ Rozdział II – Partie polityczne

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych partii politycznych w prasie.

▣ Rozdział III – Liderzy partii politycznych

Statystyka medialna dotycząca aktywności poszczególnych liderów partii politycznych w prasie.

Komentarz

Afera winduje medialność

Wybuch afery podsłuchowej spowodował lawinowy wzrost liczby informacji na temat partii i ich liderów. Szczególnie dotyczyło to Platformy Obywatelskiej, Donalda Tuska i Janusza Piechocińskiego, a także Prawa i Sprawiedliwości. Z jednej strony media z większym zainteresowaniem traktowały tę część sceny politycznej, z której wywodziły się nagrane osoby. Z drugiej jednak, do sprawy chętnie odnosiła się największa partia opozycyjna.

Wprawdzie w porównaniu miesiąc do miesiąca, wszystkie poddane analizie ugrupowania odnotowały spadek liczby publikacji, jednak wynika to z efektu silnej bazy. W maju odbyły się wybory do Parlamentu Europejskiego. Przypomnijmy, że wówczas wolumen publikacji podniósł się o 41 proc. Z najnowszego badania wynika, że spadł on o 24 proc., a więc wciąż znajduje się znacznie wyżej niż we wcześniejszym okresie. Widoczne są wyraźne różnice pomiędzy spadkami odnotowanymi przez partie, które znalazły się w centrum wydarzeń i pozostałych. Liczba materiałów dotyczących PO obniżyła się o 12 proc., a na przykład tych o Solidarnej Polsce – o ponad 60 proc. PiS czerwiec zakończył spadkiem o 16 proc., a Twój Ruch – aż o 51 proc.

Najbardziej medialne ugrupowania – bez niespodzianek.

Na czele klasyfikacji Platforma, która w czerwcu wyprzedziła PiS. Przypomnijmy, że tuż przed wyborami dziennikarze więcej pisali o partii Kaczyńskiego. Tym razem na medialne prowadzenie wysunął się obóz Tuska, ale nie oznacza to dla niego nic pozytywnego. Duża część przeanalizowanych materiałów, które dotyczyły się afery, miała negatywny kontekst wizerunkowy. Następstwem tych przekazów okazały się spadające słupki poparcia koalicji rządzącej.

Co więcej, najczęściej krytykowanym politykiem po raz czwarty z rzędu był Donald Tusk. Tym razem przewaga premiera – w odsetku informacji negatywnych – była miażdżąca. Aż 22 proc. publikacji dzienników ogólnopolskich miała niekorzystny wpływ na obraz szefa rządu. Pozostałe materiały były neutralne. Najczęściej krytykował go „Super Express” oraz „Gazeta Polska Codziennie”. Co ciekawe, drugi w klasyfikacji – Jarosław

Kaczyński – odnotował niemal trzykrotnie niższy odsetek publikacji negatywnych (8 proc.), co w połączeniu z mniejszą liczbą materiałów, skutkuje naprawdę poważną przewagą Tuska w tym zestawieniu.

Trzecie miejsce wśród najczęściej krytykowanych objął Janusz Palikot i Zbigniew Ziobro (po 4 proc.), a na dalszych pozycjach sklasyfikowano Leszka Millera i Janusza Piechocińskiego (po 1 proc.).

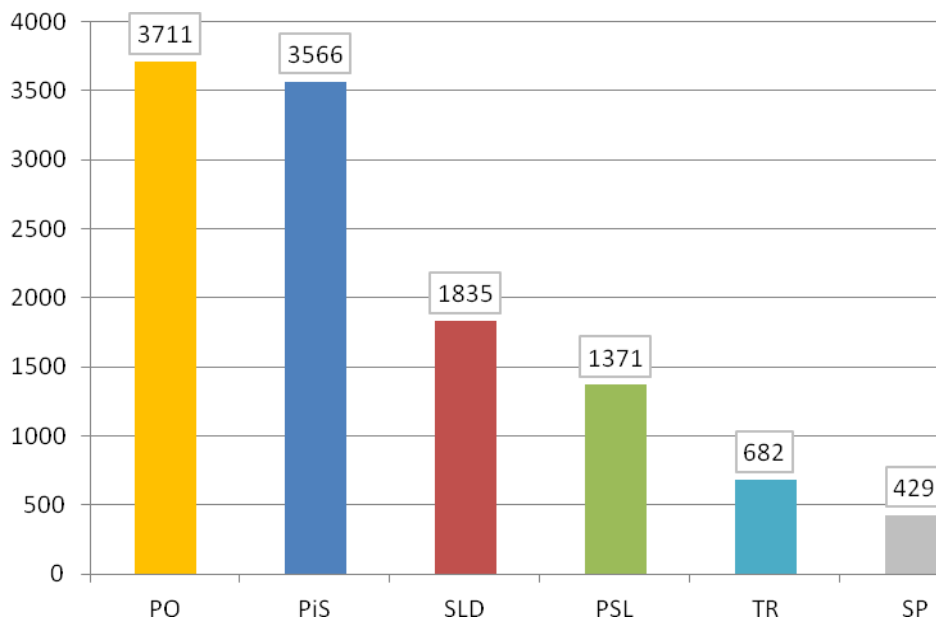
Platforma wyprzedziła PiS także pod względem ekwiwalentu reklamowego, ale rzadziej niż opozycja pojawiała się na pierwszych stronach tytułów prasowych.

Tusk aktywniejszy niż w trakcie kampanii

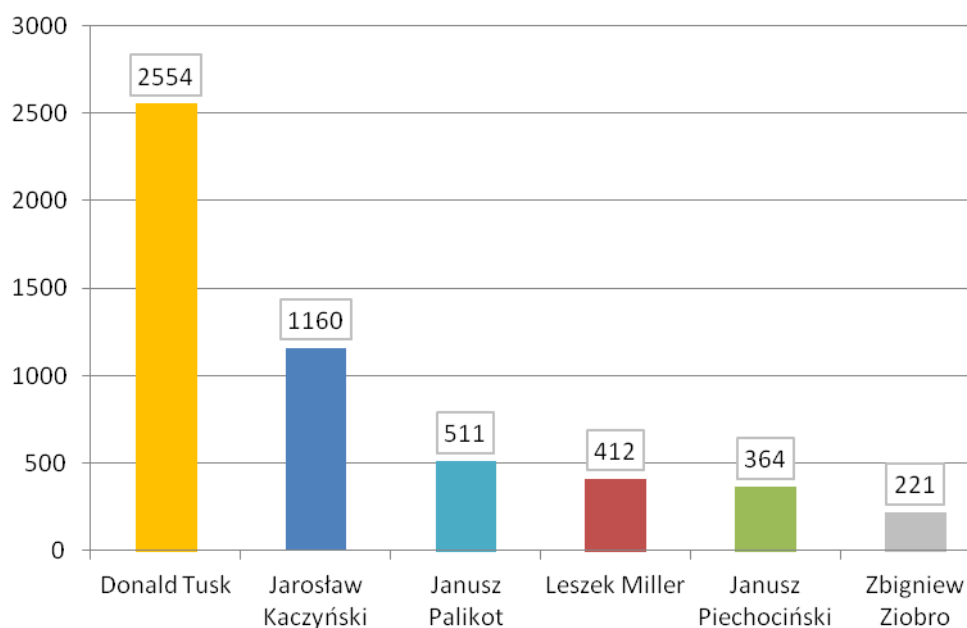
Wybuchową reakcją na publikacje „Wprost” widać jednak na wykresach dotyczących samych liderów ugrupowań politycznych. Wynika z nich, że Donald Tusk w mediach pojawiał się w czerwcu częściej niż w miesiącu wyborczym. To o tyle zaskakujące, że liczba materiałów o pozostałych szefach partii mocno spadała (Janusz Palikot: -32 proc., Zbigniew Ziobro: -53 proc.), natomiast wzrost zainteresowania premierem trudno nazwać śladowym. Informacji pojawiło się więcej aż o 22 proc. Tusk utrzymał się na pierwszej pozycji zestawienia z ogromną przewagą ilościową nad konkurentami.

Co ciekawe, relatywnie wyższy wzrost odnotował wicepremier – Janusz Piechociński. Pomimo że w liczbach bezwzględnych materiałów o nim ukazało się kilkakrotnie mniej, procentowo wzrost ten był większy (23 proc.) niż w przypadku Tuska.

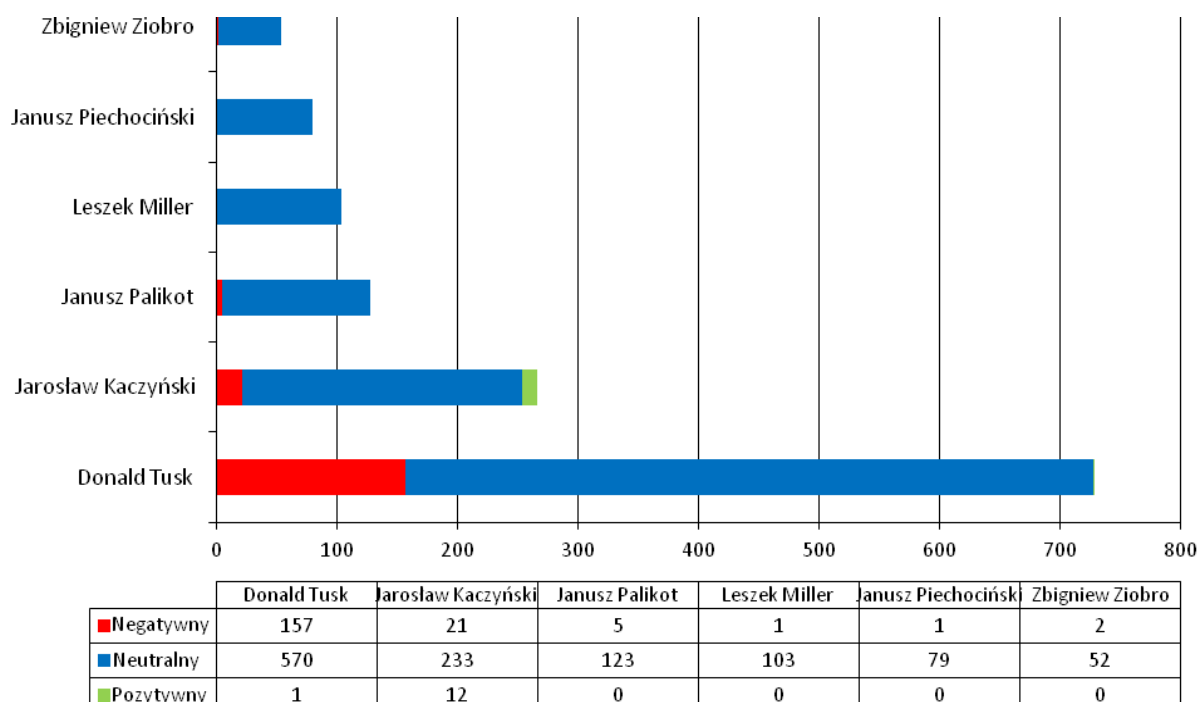
Rozdział I - Podsumowanie



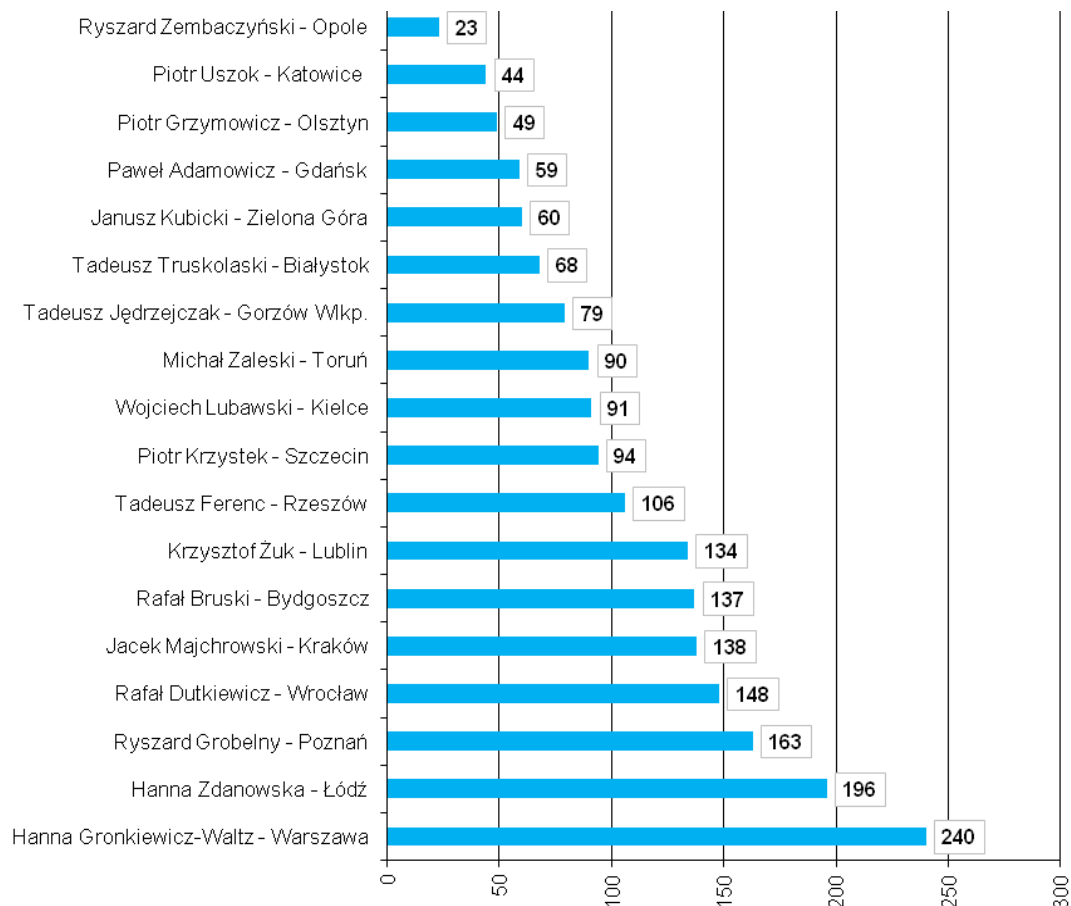
Wykres 1. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpiły partie polityczne - czerwiec 2014 r.



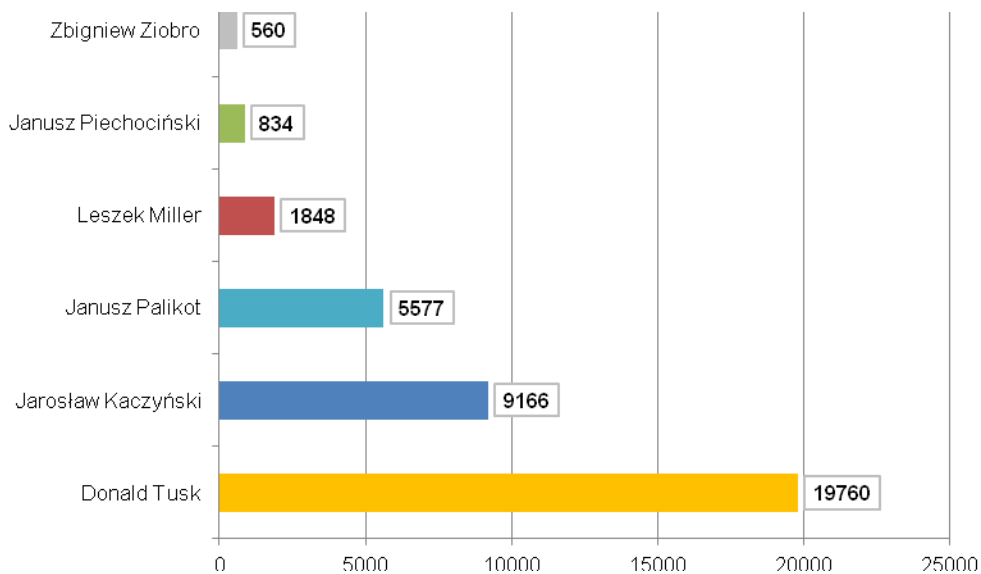
Wykres 2. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych - czerwiec 2014 r.



Wykres 3. Liczba przekazów prasowych w dziennikach ogólnopolskich, w których wystąpili liderzy partii politycznych z uwzględnieniem wydźwięku – czerwiec 2014 r.

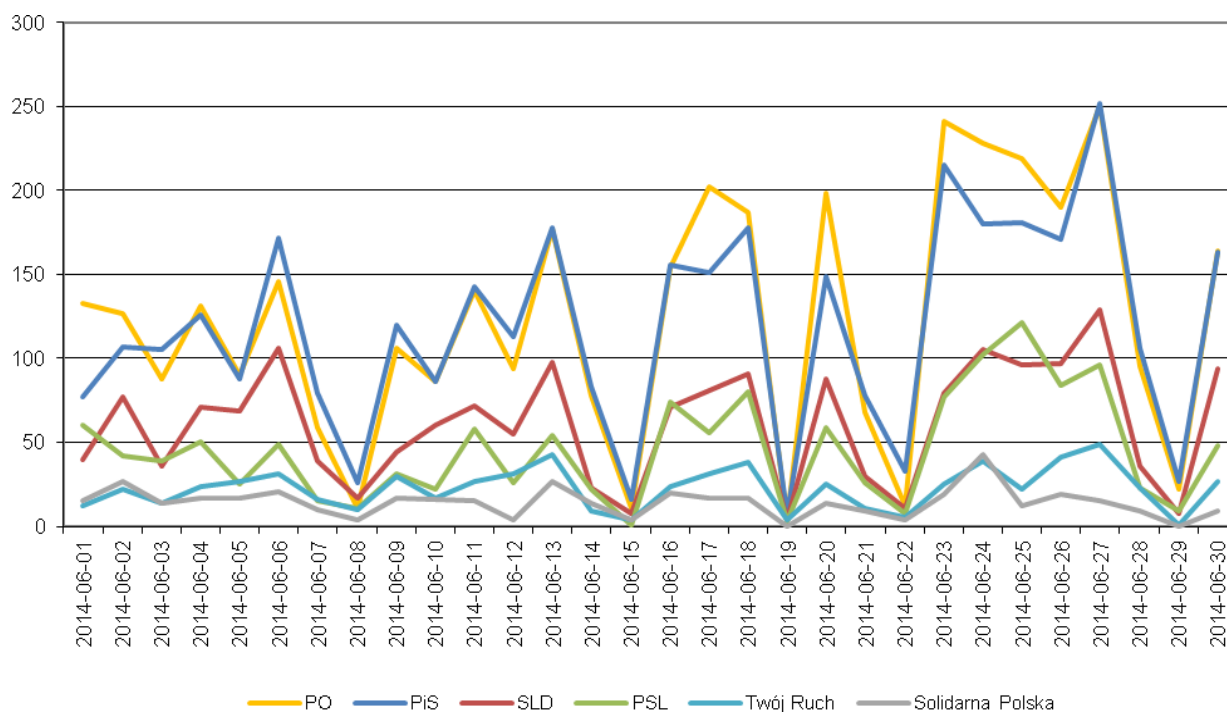


Wykres 4. Liczba publikacji prasowych, w których wystąpili prezydenci 18 miast wojewódzkich – czerwiec 2014 r.

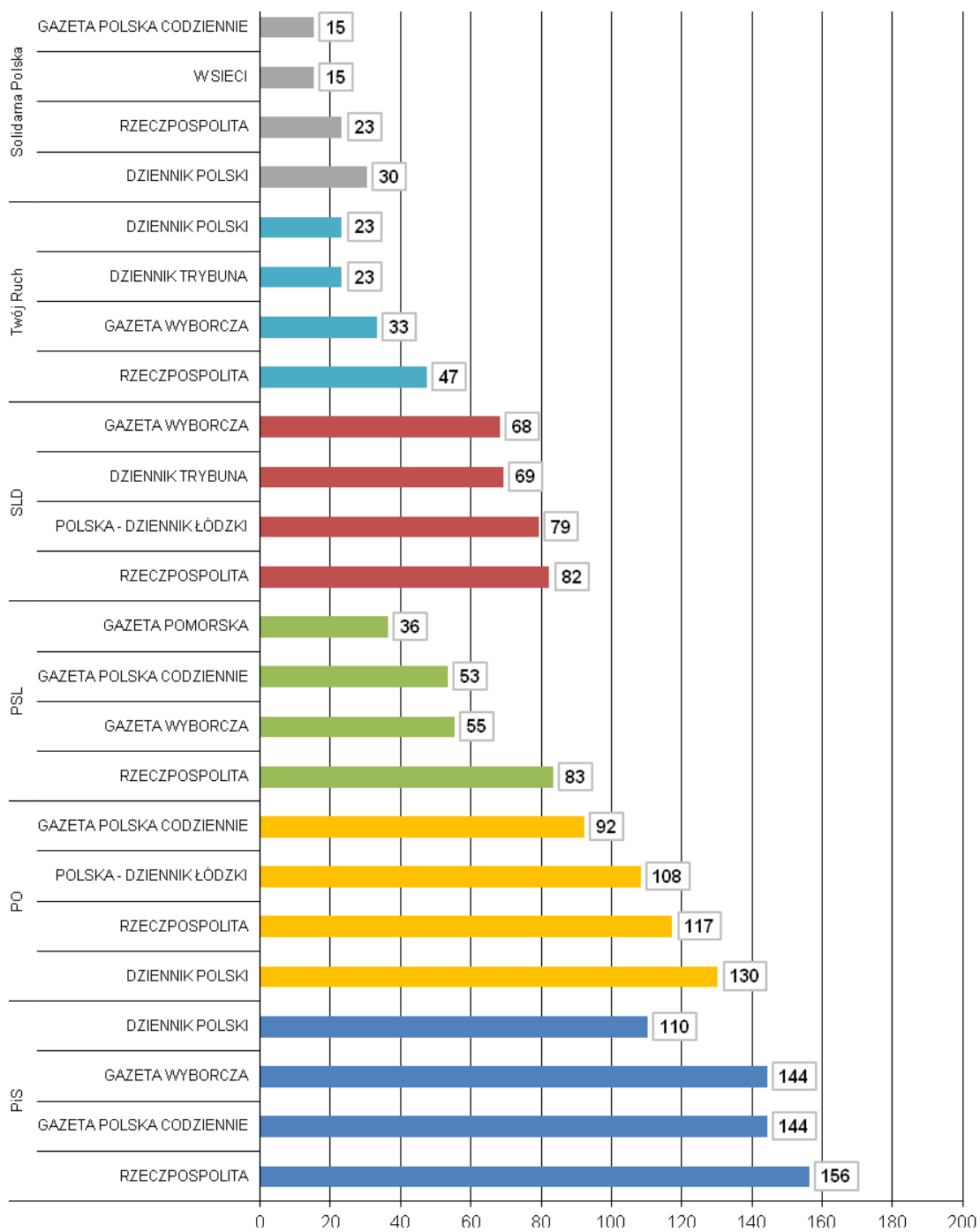


Wykres 5. Liczba informacji w mediach społecznościowych, w których wystąpili liderzy partii politycznych – czerwiec 2014 r.

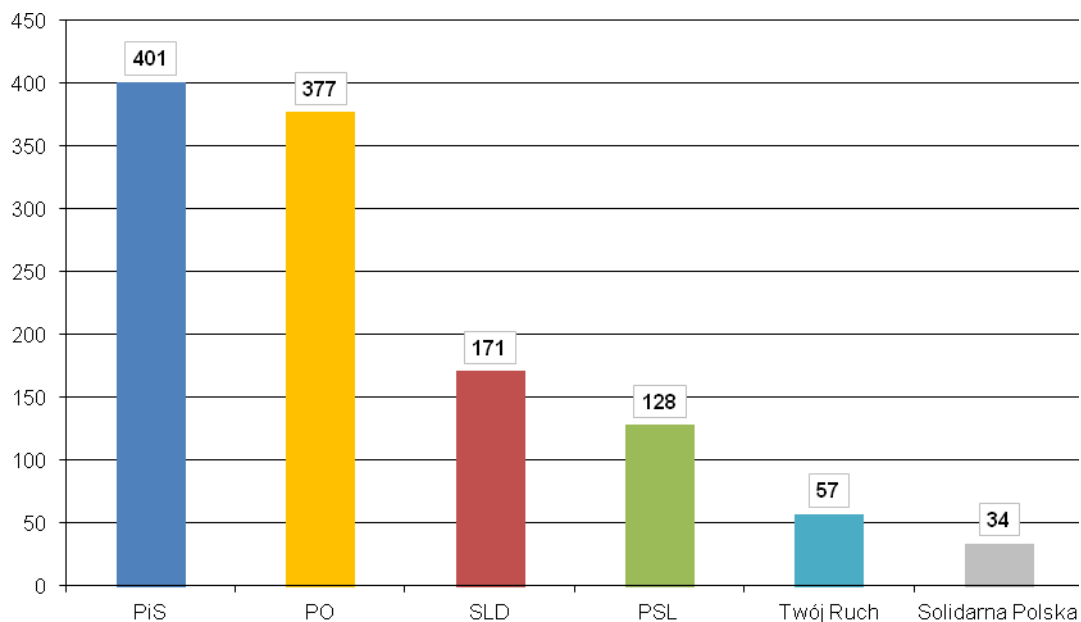
Rozdział II - Partie polityczne



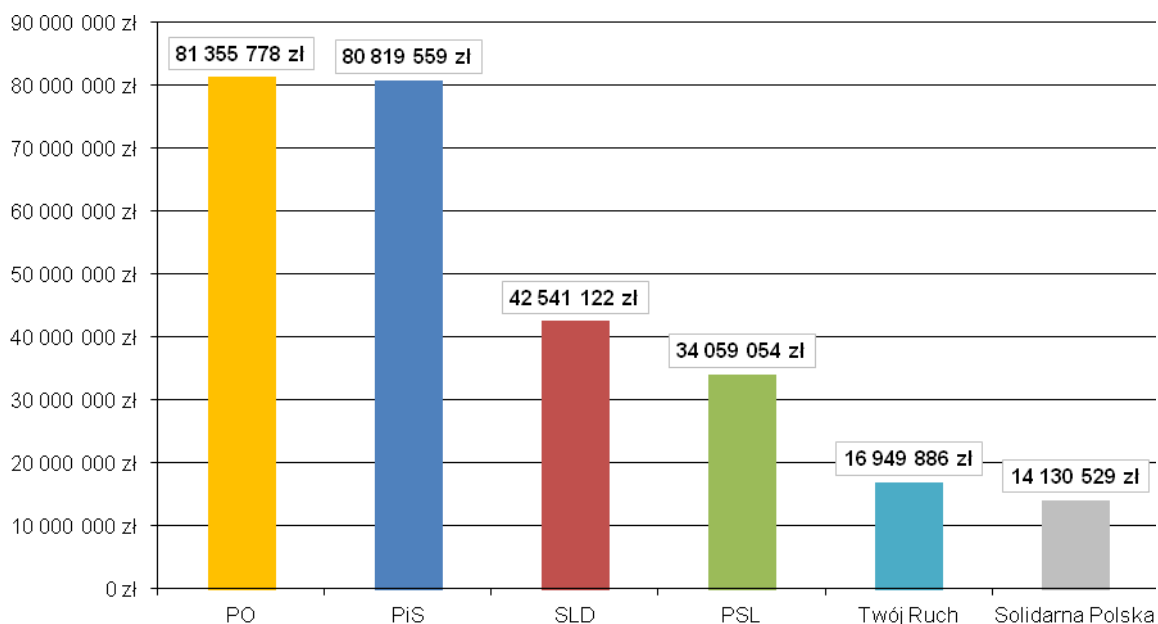
Wykres 6. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat partii politycznych – czerwiec 2014 r.



Wykres 7. Liczba wystąpień partii politycznych w prasie (TOP 4 najaktywniejszych tytułów) – czerwiec 2014 r.

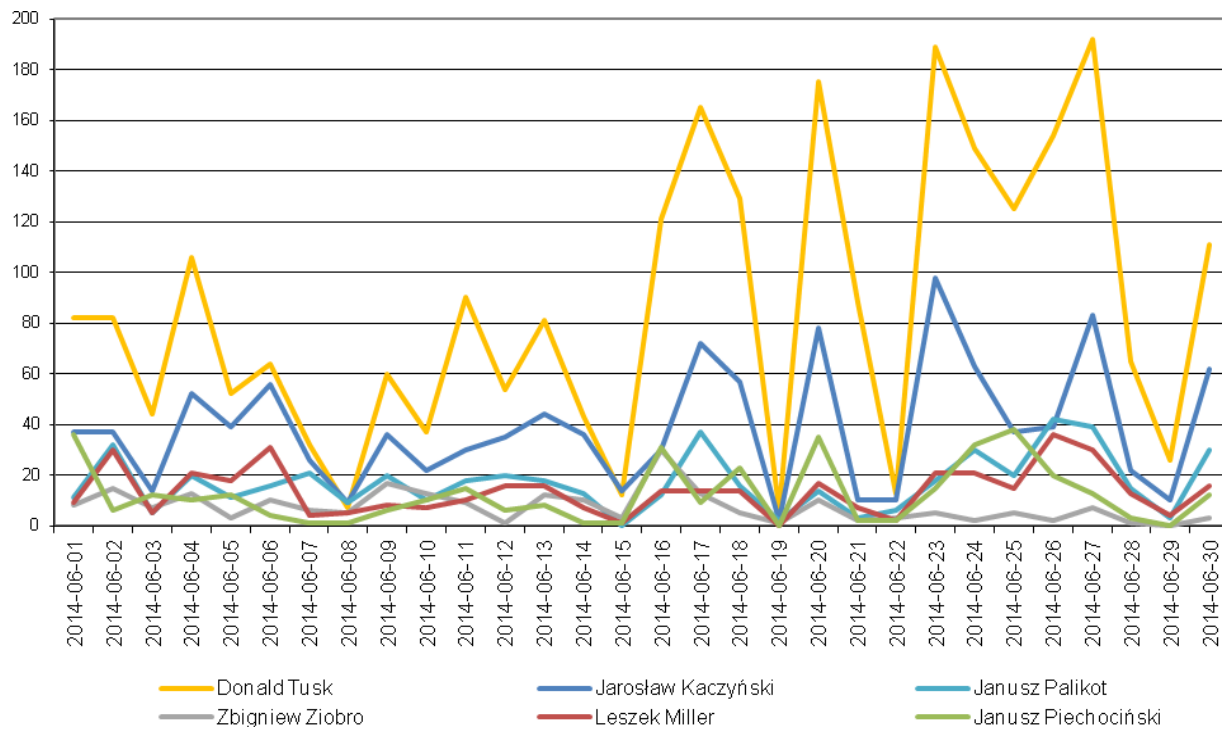


Wykres 8. Liczba przekazów prasowych, w których partie polityczne obecne były na pierwszych stronach tytułów prasowych – czerwiec 2014 r.

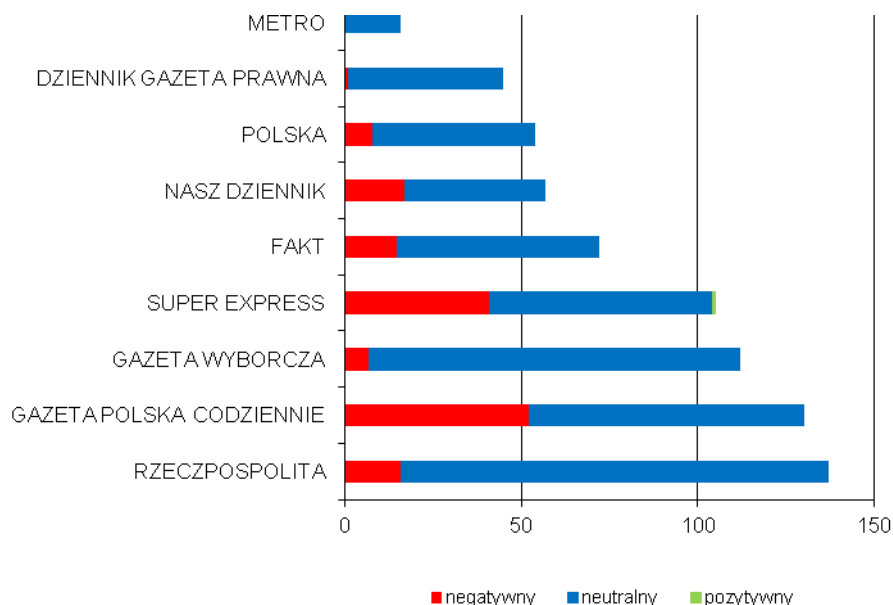


Wykres 9. Ekwiwalent reklamy dla partii politycznych w prasie – czerwiec 2014 r.

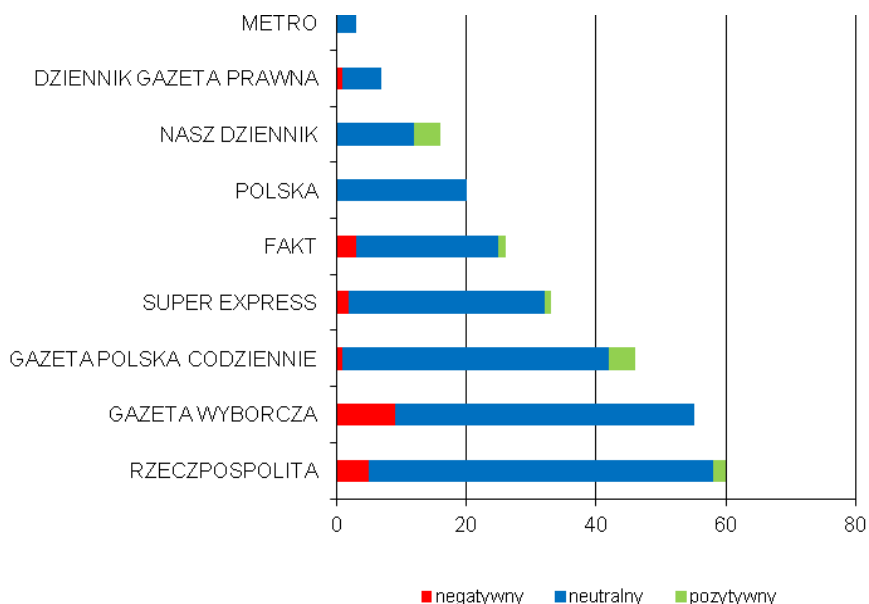
Rozdział III - Liderzy partii politycznych



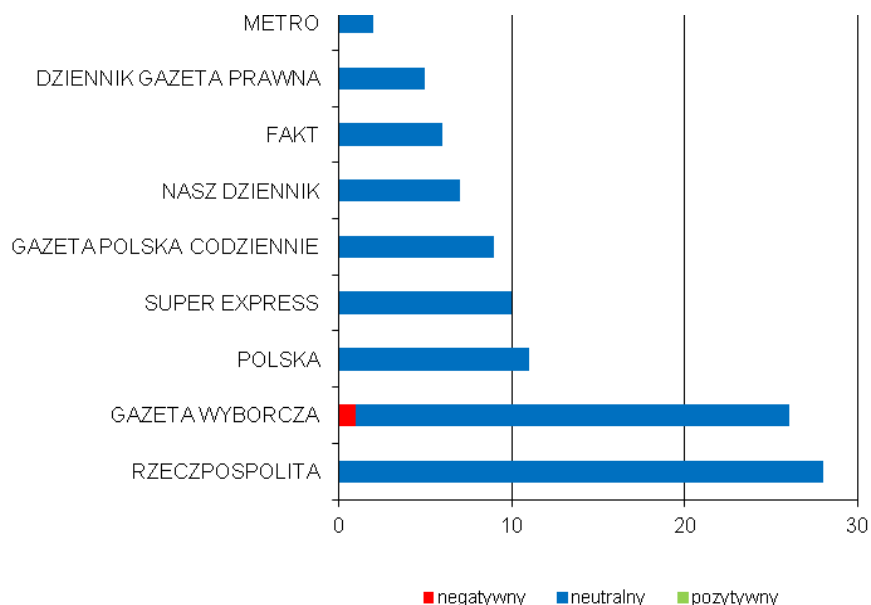
Wykres 10. Zmiany w czasie ukazywania się przekazów prasowych na temat liderów partii politycznych – czerwiec 2014 r.



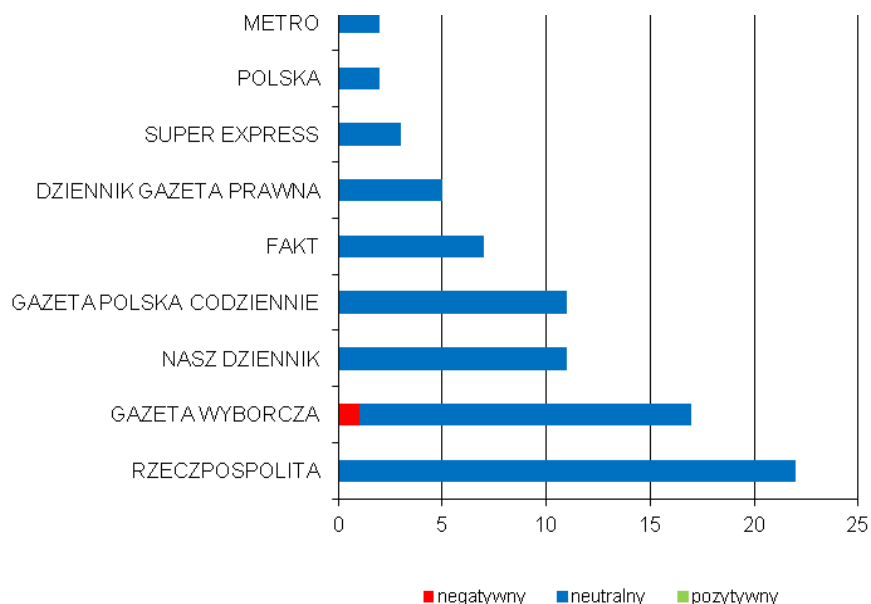
Wykres 11. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Donald Tusk z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



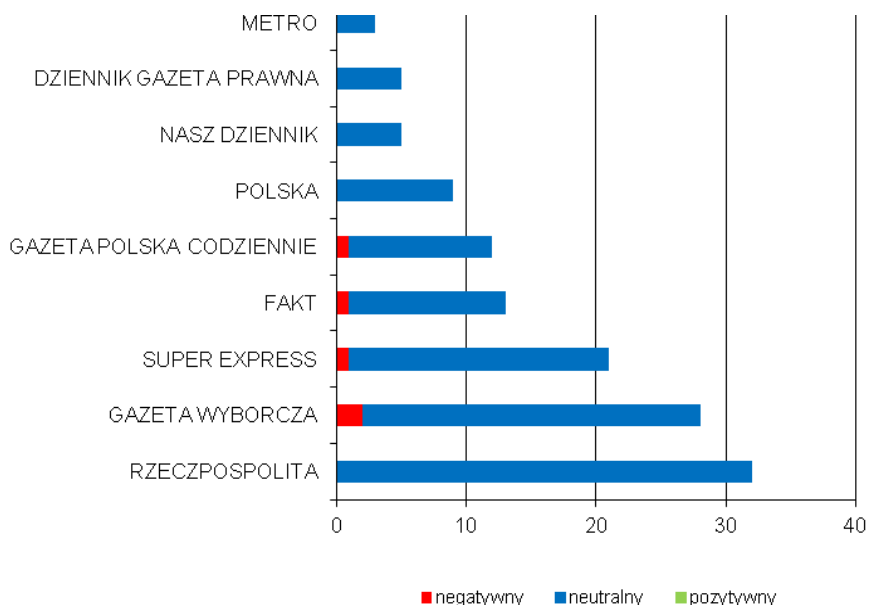
Wykres 12. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Jarosław Kaczyński z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



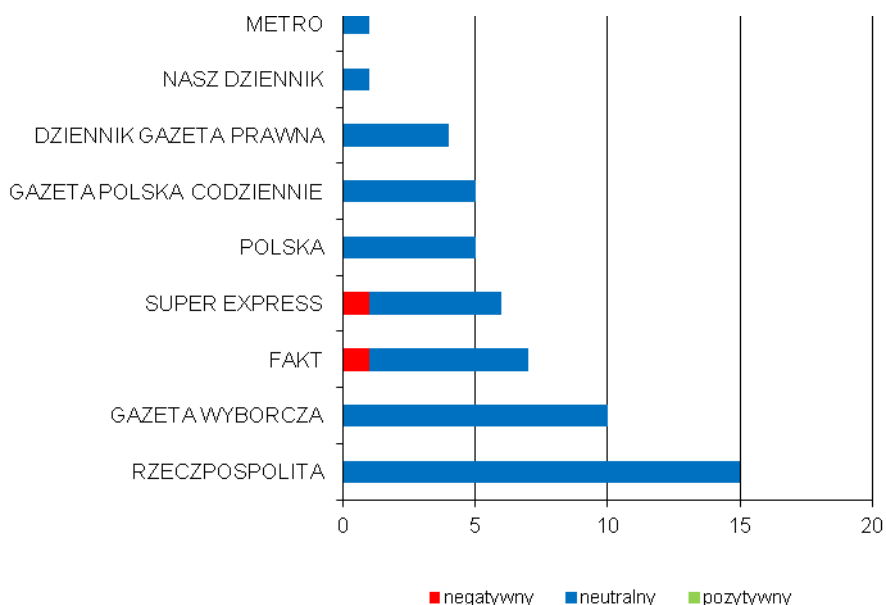
Wykres 13. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Leszek Miller z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



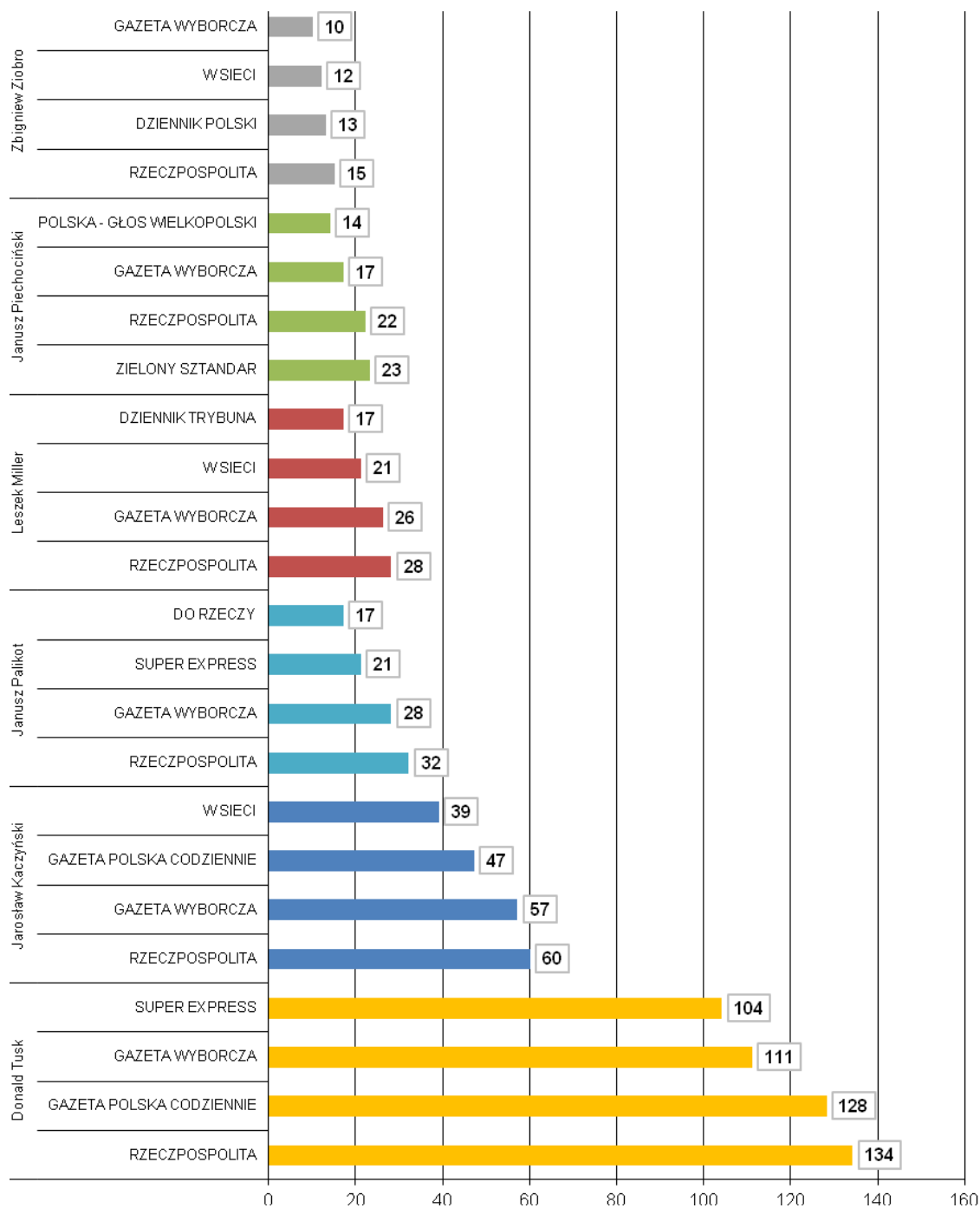
Wykres 14. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Piechociński z uwzględnieniem wydzźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



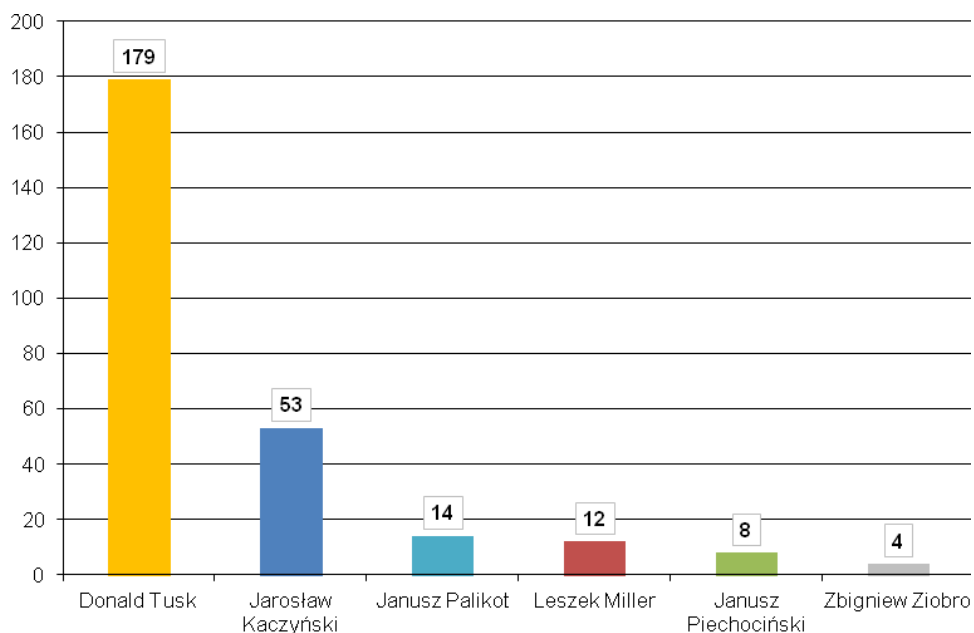
Wykres 15. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Janusz Palikot z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



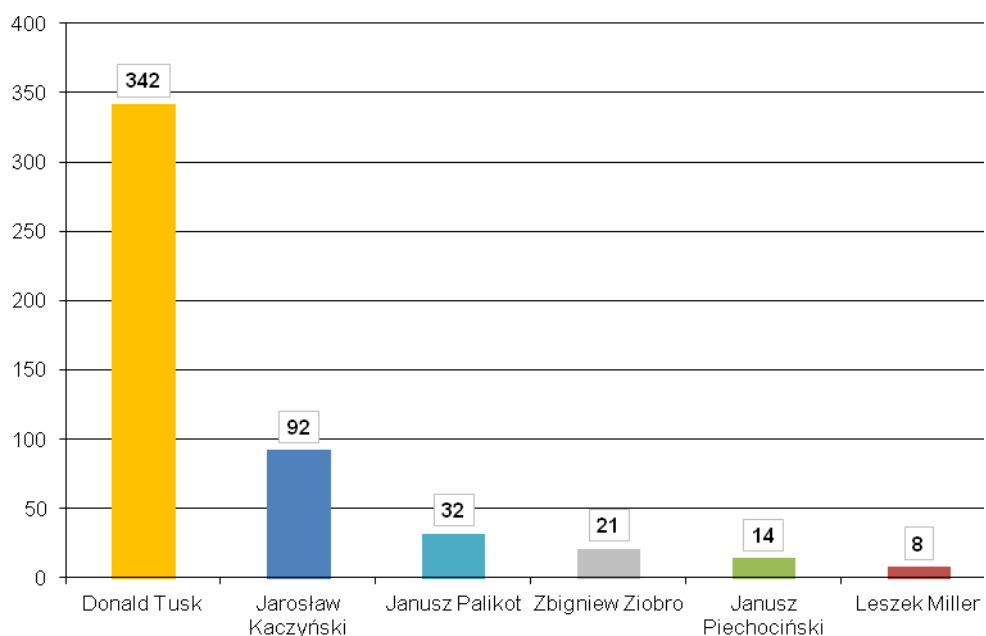
Wykres 16. Liczba przekazów prasowych, w których wystąpił Zbigniew Ziobro z uwzględnieniem wydźwięku (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne) – czerwiec 2014 r.



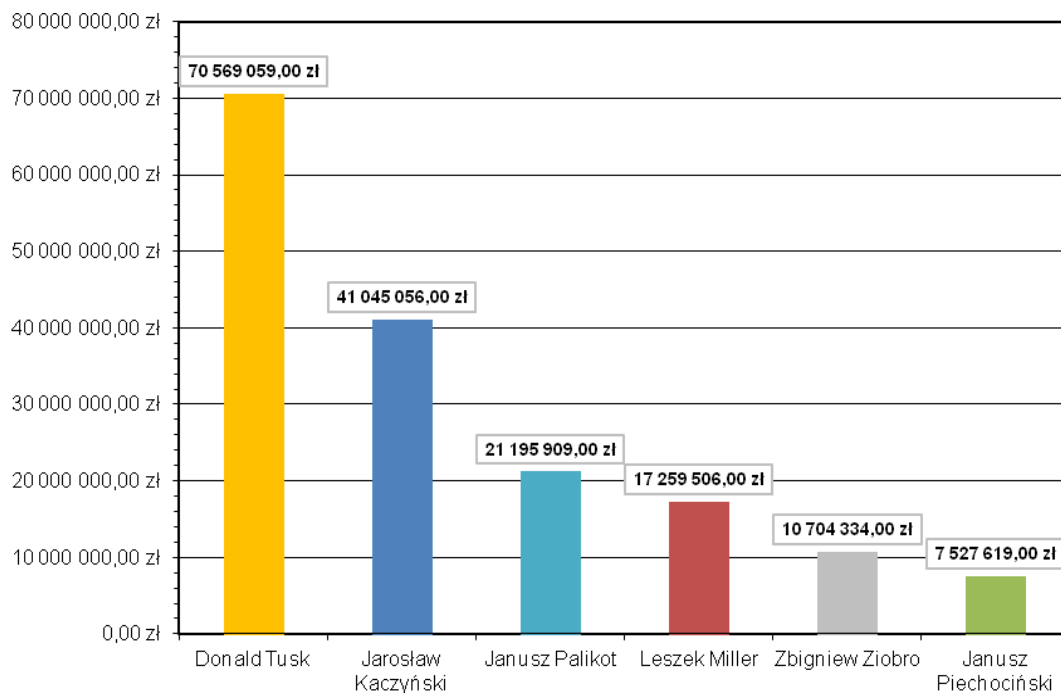
Wykres 17. Liczba wystąpień liderów partii politycznych (TOP 4 najaktywniejszych tytułów prasowych) – czerwiec 2014 r.



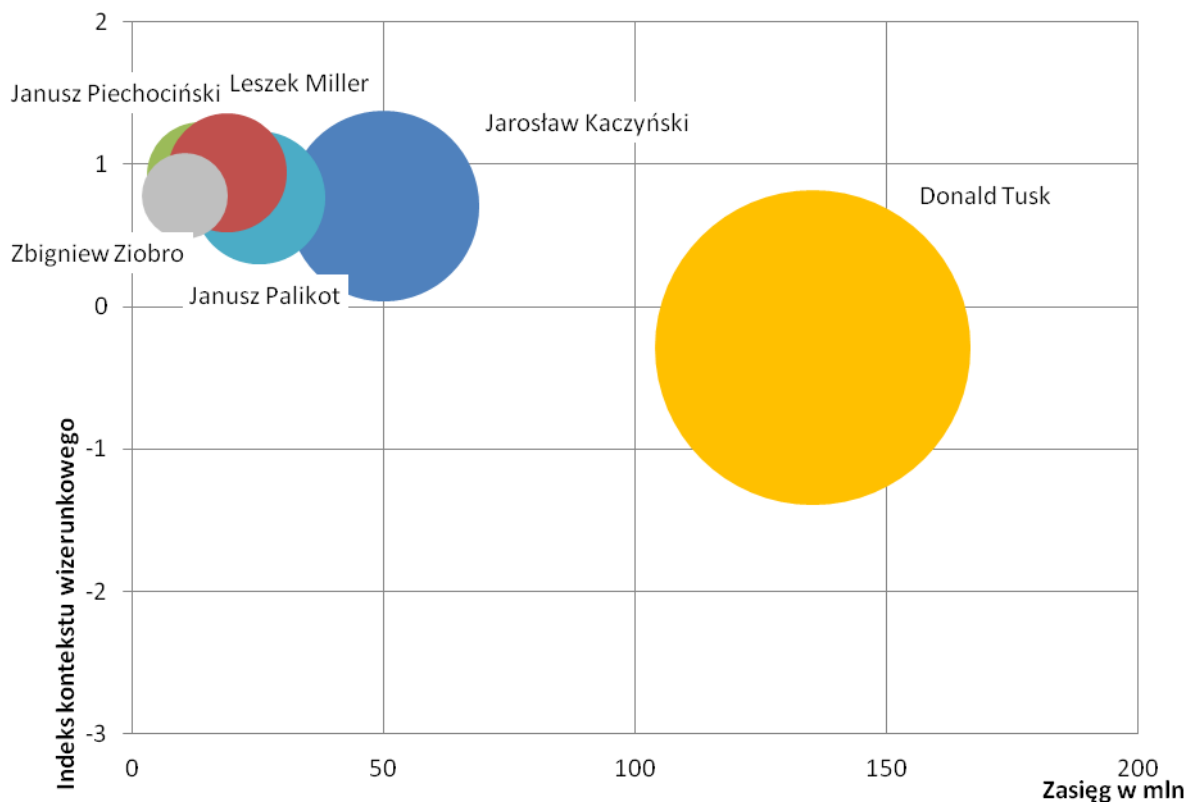
Wykres 18. Liczba przekazów prasowych, w których liderzy partii politycznych obecni byli na pierwszych stronach tytułów prasowych – czerwiec 2014 r.



Wykres 19. Liczba przekazów prasowych, w których nazwiska liderów partii politycznych obecne były w tytułach publikacji – czerwiec 2014 r.



Wykres 20. Ekwiwalent reklamowy dla liderów partii politycznych w prasie – czerwiec 2014 r.



Wykres 21. Mapa benchmarkingowa liderów partii politycznych (najpopularniejsze dzienniki ogólnoinformacyjne)

Favorability - indeks kontekstu wizerunkowego. Wartość może wahać się w przedziale od -10 (dla materiału negatywnego) do 5 (dla materiału pozytywnego). Wartość 1 przyjmują informacje o wydźwięku neutralnym.

Range - zasięg informacji wyrażony jest w potencjalnej liczbie kontaktów z czytelnikami (w mln).

Wielkość kuli - oznacza liczbę publikacji.

Położenie kuli ukazuje zarówno średni kontekst przekazów medialnych, a także ich zasięg, osiągnięty za sprawą danej liczby publikacji. Najlepsza pozycja na wykresie to prawy górny róg (oznacza, że pozytywne informacje miały bardzo duży zasięg), najgorsza pozycja to prawy dolny róg (negatywny przekaz, który dotarł do bardzo szerokiego grona odbiorców).



PRESS-SERVICE Monitoring Mediów Sp. z o.o. | ul. Grunwaldzka 19, 60-782 Poznań | tel. +48 61 66 26 005, faks wew. 115
Oddział Warszawa | ul. Polna 40, 00-635 Warszawa | tel. +48 22 31 30 180, faks wew. 20
biuro@psmm.pl | **www.psmm.pl**